

# ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH LEMBAGA KEUANGAN BMT INSAN KAMIL SOLO

Erni Widiastuti

Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta

e-mail: erni\_widiastuti76@yahoo.com

## ABSTRACT

*This research aims: 1) To determine and measure the impact of the effect of the physical evidence, reliability, responsiveness, assurance, and empathy partially on customer satisfaction financial institutions BMT Insan Kamil Solo. 2) To determine and measure the impact of the effect of the physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy simultaneously on customer satisfaction financial institutions BMT Insan Kamil Solo. Data needed in this research is the primary data in the form of respondents' assessment of the assessment dimensions of service quality and customer satisfaction. Data analysis techniques used in this study are: classical assumption test, multiple linear regression, t-test, F and coefficient of determination. The results of data analysis in this study can be concluded that: 1) There is the influence of the physical evidence, kendalan, responsiveness, assurance, and empathy partially on customer satisfaction institute noted that financial BMT Insan Kamil, 2) There is the influence of the physical evidence, reliability, responsiveness, assurance and empathy simultaneously on customer satisfaction noted that financial institutions Insan Kamil Solo. Judging from the magnitude of the coefficient of determination (adjusted R square) which has a positive value of 0,851, indicating that consumer satisfaction of customers of financial institutions BMT Insan Kamil Solo explained by physical evidence/tangibles, reliability/reliability, responsiveness/responsiveness, assurance/assurance, and empathy/empathy of 85,1% and the remaining 14,9% describe their free variation that are not observed in this study.*

**Keywords:** *Dimensions of Service Quality, Customer Satisfaction.*

## PENDAHULUAN

Banyaknya lembaga keuangan yang berdiri menjadikan konsumen dihadapkan pada banyak pilihan akan produk lembaga keuangan yang ditawarkan. Bagi nasabah pelayanan yang bermutu sangat penting. Kualitas pelayanan menjadi komponen utama karena produk-produk utama lembaga keuangan yaitu kredit dan pelayanan nasabah. Kedua komponen ini merupakan suatu penawaran yang tidak berbeda dan mudah ditiru. Oleh karena itu persaingan akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan lembaga keuangan dalam memberikan pelayanan yang terbaik dibandingkan pesaingnya (Sofyan, 2009: 273).

Kualitas dan kepuasan pelanggan berka-itan erat. kualitas memberikan suatu dorongan

kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan sangat penting kaitannya dengan eksistensi dan perkembangan keberhasilan perusahaan jasa. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yang mencakup harapan tentang

bukti fisik (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*) (Tjiptono, 2000: 15).

Lembaga keuangan yang saat ini ada dominan dengan sistem bunga (konvensional). Sementara bunga dalam lembaga keuangan menurut pandangan sebagian besar ulama Islam adalah identik dengan riba. *Baitul Maal Wattamwil* (BMT) merupakan suatu lembaga keuangan bukan bank dengan sistem syariah (prinsip bagi hasil) dalam istilah Indonesia dinamakan dengan Balai Usaha Mandiri Terpadu (BMT). Sedangkan bentuk badan usaha yang paling tepat untuk BMT adalah koperasi. Perbedaan yang paling pokok dalam lembaga keuangan konvensional dan lembaga keuangan syariah adalah penetapan sistem bagi hasil sebagai alternatif dari sistem bunga. Lembaga keuangan syariah didirikan dengan tujuan untuk mempromosikan dan mengembangkan prinsip-prinsip Islam, syariah dan tradisinya ke dalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis yang terkait, Prinsip utama yang diikuti oleh lembaga keuangan Islam itu adalah larangan riba dalam berbagai bentuk transaksi, melakukan kegiatan usaha dan perdagangan berdasarkan perolehan keuntungan yang sah dan memberikan zakat. Kondisi BMT dengan produk yang sedikit dan relatif tetap, strategi pemasaran yang masih bersifat lokal, serta promosi yang masih kurang gencar serta persaingan yang cukup ketat menyebabkan BMT kurang dikenal oleh masyarakat secara umum. Hal ini menjadi sebuah fenomena yang menarik untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan di BMT terhadap tingkat kepuasan nasabahnya.

### Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui dan mengukur pengaruh variabel bukti fisik/*tangible*, keandalan/*reliability*, daya tanggap/*responsiveness*, jaminan/*assurance*, dan empati/*emphaty* secara parsial dan secara simultan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah pada lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo.

## LANDASAN TEORI

### 1. Kualitas Pelayanan

Bagi perusahaan yang bergerak di bi-

dang jasa, kualitas pelayanan merupakan faktor yang sangat penting, karena dalam memasarkan produk jasa, interaksi antara produsen dan konsumen terjadi secara langsung. Aplikasi kualitas pelayanan sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan salah satu bagian utama dari strategi perusahaan dalam meraih keunggulan yang berkesinambungan. Baik sebagai pemimpin pasar atau sebagai strategi untuk terus berkembang.

Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zenthaml (dalam Lupiyoadi, 2001). *Service Quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Definisi kualitas pelayanan menurut Enrique Bigne, Miguel A Moliner, Vol 17, Iss 4 (2003: 5) adalah: *The difference between customers' perceptions of the service perceived and expectations for service performance*.

Konsep inti dari kualitas pelayanan adalah diskonfirmasi teori harapan (Dawes dan Rowley dalam Choon Ling Kwek, Teck Chai Lau, Hoi Piew Tan, Vol 5, Iss 1, 2010: 5). Menurut teori diskonfirmasi harapan, perbandingan harapan dan persepsi layanan yang akan menghasilkan keputus-

an diskonfirmasi dan kemudian diskonfirmasi ini mempengaruhi kualitas pelayanan yang dirasakan (Gotlieb, Grewal dan Brown, 1994; Filipus dan Hazlett dalam Choon Ling Kwek, Teck Chai Lau, Hoi Piew Tan, Vol 5, Iss 1, 2010: 5). Diskonfirmasi negatif dari harapan akan menciptakan dampak negatif terhadap kualitas yang dirasakan dari layanan yang ditawarkan (Gotlieb et al, dalam Choon Ling Kwek, Teck Chai Lau, Hoi Piew Tan, Vol 5, Iss 1, 2010: 5).

Lima dimensi kualitas jasa Parasuraman, Zeithamal & Bery (Rangkuti, 2002: 29) sebagai berikut:

- a. *Tangibles* (berwujud).  
Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *Tangibles* yaitu, penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan media komunikasi.
- b. *Reliability* (keandalan).  
Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *Reliability* yaitu, kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
- c. *Responsiveness* (ketanggapan).  
Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *Responsiveness* yaitu, kemampuan untuk membantu pelanggan dalam memberikan jasa dengan cepat dan tanggap.
- d. *Assurance* (keyakinan atau jaminan).  
Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *Assurance* yaitu, pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.
- e. *Emphaty* (empati).  
Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel *Emphaty* yaitu, merupakan syarat untuk peduli, memberikan perhatian pribadi pada pelanggan.

## 2. Kepuasan Pelanggan

Setiap Perusahaan tentunya akan berusaha memberikan tingkat kepuasan yang setidak-tidaknya dapat diterima oleh pihak

lain yang berkepentingan dalam batasan sumber daya yang dimiliki.

Definisi kepuasan pelanggan menurut Hant dan Oliver dalam Sik Sumadi, I Gede Mahatma Yuda Bakit, Vol 5, Iss 1 (2011: 4) adalah:

*Satisfaction as the emotional evaluation that shows how far consumers believe that the use of the services can generate positive feelings.*

Ini berarti kepuasan berkaitan dengan emosional pelanggan. Kepuasan terletak pada paradigma “diskonfirmasi harapan konsumen” sementara diskonfirmasi positif mengarah ke kepuasan pelanggan dan diskonfirmasi negatif akan menyebabkan ketidakpuasan pelanggan. Indikator yang digunakan dalam pengukuran kepuasan nasabah dalam penelitian ini di antaranya:

- a. Penilaian nasabah terhadap aspek *tangible* (bukti langsung) dalam pelayanan di lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo.
- b. Penilaian pelanggan terhadap aspek *reliability* (keandalan) dalam pelayanan di lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo.
- c. Penilaian nasabah terhadap aspek *responsiveness* (daya tanggap) dalam pelayanan di lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo.
- d. Penilaian nasabah terhadap aspek *assurance* (jaminan) dalam pelayanan di lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo.
- e. Penilaian nasabah terhadap aspek *emphaty* (empati) dalam pelayanan di lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo (Kotler, 2000: 52).

## 3. Baitul Maal Wattamwil (BMT)

*Baitul Maal Wattamwil* (BMT) merupakan kelompok swadaya masyarakat sebagai lembaga ekonomi rakyat yang berupaya mengembangkan usaha-usaha produktif dan investasi dengan sistem bagi hasil untuk meningkatkan kualitas ekonomi pengusaha kecil bawah dan kecil dalam upaya pengentasan kemiskinan (Sofyan, 2009: 85).

Dari pengertian tersebut dapatlah ditarik suatu pengertian yang menyeluruh bahwa BMT merupakan organisasi bisnis yang juga berperan sosial (Umar, 2000: 126). Sebagai lembaga bisnis, BMT lebih mengembangkan usahanya pada sektor keuangan, yakni simpan pinjam. Pada dataran hukum di Indonesia, badan hukum yang paling mungkin untuk BMT adalah koperasi. Peran umum yang dilakukan BMT adalah melakukan pembinaan dan pendanaan yang berdasarkan sistem syariah. Peran ini menegaskan arti penting prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan ekonomi masyarakat. Sebagai lembaga keuangan syariah yang bersentuhan langsung dengan kehidupan masyarakat kecil maka BMT mempunyai tugas penting dalam mengemban misi keislaman dalam segala aspek kehidupan masyarakat. (Sofyan, 2009: 96).

#### 4. Hipotesis

Bertitik tolak dari permasalahan di atas maka hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah:

- Variabel bukti fisik/*tangibles* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo.
- Variabel keandalan/*reliability* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo.
- Variabel daya tanggap/*responsiveness* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo.
- Variabel jaminan/*assurance* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo.
- Variabel empati/*emphaty* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo.
- Variabel bukti fisik/*tangibles*, keandalan/*reliability*, daya tanggap/*responsiveness*, jaminan/*assurance*, dan empati/*emphaty* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo.

## METODE PENELITIAN

### 1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang digunakan adalah BMT Insan kamil Solo Jl. Kalilarangan No. 153 Solo.

### 2. Populasi dan Sampel

Menurut Arikunto (2007: 115) populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah pada BMT Insan Kamil Solo di mana berdasarkan data yang ada sampai dengan bulan maret tahun 2014 berjumlah 1381 orang. Dari populasi ditarik sejumlah sampel, yaitu sebagian populasi yang akan diteliti dan dianggap representatif untuk mewakili populasi. Untuk menentukan besarnya sampel, peneliti menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Yamane (Al Rasyad, 2005: 17):

$$n = \frac{N}{N d^2 + 1}$$

Di mana:

N= ukuran populasi

n= Jumlah sampel minimal

d= Presisi yang di gunakan

$$n = \frac{N}{N d^2 + 1} = \frac{1381}{1381 (0,1)^2 + 1} = 94$$

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Yamane yang didasarkan atas tingkat presisi 10% didapat sampel sebesar 94 orang responden yang dapat mewakili populasi. Menurut Sugiyono (2005: 42) bahwa tidak ada aturan yang pasti berapa banyak sampel agar dapat mewakili populasi, akan tetapi secara

umum dapat dikatakan bahwa semakin besar sampel kemungkinan dapat mencerminkan populasi.

Untuk teknik penarikan sampel, peneliti menetapkan secara *simple random sampling* seperti yang dikemukakan oleh Sugiyono (2005: 45) bahwa *non probability sampling* merupakan cara pengambilan sampel yang besarnya ukuran sampel ditentukan oleh peneliti. Besarnya ukuran populasi sedemikian hingga tiap unit sampel memiliki peluang yang sama untuk dipilih.

### 3. Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang bersumber dari jawaban kuesioner yang terkait dengan variabel penelitian yang terdiri dari variabel kualitas pelayanan (bukti fisik/*tangibles*, keandalan/*reliability*, daya tanggap/*responsiveness*, jaminan/*assurance*, empati/*emphaty*) dan kepuasan nasabah.

### 4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yang utama adalah dengan menggunakan kuesioner untuk mendapatkan data primer yang terkait dengan penilaian responden terhadap variabel penelitian yang terdiri dari kualitas pelayanan (bukti fisik/*tangibles*, keandalan/*reliability*, daya tanggap/*responsiveness*, jaminan/*assurance*, empati/*emphaty*) dan kepuasan nasabah.

### 5. Pengukuran Variabel

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner, yaitu kualitas pelayanan (bukti fisik/*tangibles*, keandalan/*reliability*, daya tanggap/*responsiveness*, jaminan/*assurance*, empati/*emphaty*) dan kepuasan nasabah. Dalam hal ini peneliti menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti,

yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2005: 56).

Variabel ini yang akan diukur menjadi indikator, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan. Jawaban setiap indikator instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai skor sebagai berikut:

- a. Jawaban SS, Sangat Setuju, Skor 5
- b. Jawaban S, Setuju, Skor, 4
- c. Jawaban N/RR, Netral/Ragu-ragu Skor 3
- d. Jawaban TS, Tidak Setuju, Skor 2
- e. Jawaban STS, Sangat Tidak Setuju, Skor 1.

### 6. Teknik Analisis Data

#### a. Uji Instrumen Penelitian

Untuk mengetahui ketepatan dan keakuratan metode analisis data yang digunakan, maka digunakan uji instrumen validitas dan reliabilitas. Validitas didefinisikan sebagai ukuran seberapa cermat suatu test melakukan fungsi ukurannya terhadap suatu gejala. Sedangkan reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran beberapa kali terhadap gejala yang sama, dengan alat ukur yang sama. Adapun rumus yang digunakan untuk menguji tingkat validitas dan reliabilitas adalah:

#### 1) Validitas

Untuk menguji yaitu dengan menggunakan teknik korelasi "Pearson" yang rumusnya sebagai berikut (Sugiyono, 2005: 182):

$$r_{12} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Keterangan:

$r_{12}$  : Koefisien korelasi antara faktor variabel tertentu dengan Nilai Total Variabel.

$X_2$  : Nilai total variabel

$X_1$  : Nilai faktor dari variabel

$n$  : Jumlah sampel

Apabila nilai  $r_{hitung}$  yang diperoleh dari hasil penghitungan lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ), maka berarti ada korelasi yang nyata antara kedua variabel tersebut sehingga dapat dikatakan alat pengukur yang digunakan tersebut valid untuk mengukur kuesioner variabel, tetapi apabila nilai  $r_{hitung}$  yang diperoleh dari hasil perhitungan lebih kecil dari nilai  $r_{tabel}$  ( $r_{hitung} < r_{tabel}$ ), maka alat pengukur tersebut tidak valid untuk mengukur kuesioner variabel.

## 2) Uji Reliabilitas

Penerapan uji ini dengan maksud untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsisten instrumen tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda.

Uji keandalan dilakukan terhadap pertanyaan-pertanyaan yang sudah valid, guna mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama. Dalam penelitian ini akan menggunakan konsistensi internal untuk mengukur reliabilitas alat ukur. Adapun metode perhitungan koefisien reliabilitas yang digunakan adalah metode *Alpha Cronbach*. Setelah nilai koefisien diperoleh, maka perlu ditetapkan suatu nilai koefisien reliabilitas dianggap reliabel. Di mana disarankan bahwa koefisien reliabilitas antara 0,70 - 0,80 cukup baik untuk tujuan penelitian dasar (Kaplan et al, 1993: 126). Sedangkan menurut Malhotra (Solimun, 2002: 71) bahwa suatu instrumen dikatakan reliabel manakalah memenuhi standar koefisien alpha *Cronbach* lebih besar dari 0,6 ( $\alpha \geq 0,6$ ).

## b. Pengujian Hipotesis

### 1) Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang digunakan akan benar-benar menunjukkan yang signifikan dan representatif atau disebut BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*), maka model regresi tersebut harus memenuhi asumsi dasar klasik regresi.

Asumsi dasar tersebut adalah apabila tidak terjadi gejala autokorelasi, heteroskedastisitas, multikolinearitas, normalitas di antara variabel bebas dalam model regresi tersebut.

### 2) Analisis Regresi Linear Berganda

Data yang masuk akan dianalisis dan diuji dengan menggunakan statistik metode regresi linear berganda. Dalam penelitian ini, sebagai variabel dependen adalah kepuasan nasabah sedangkan sebagai variabel bebas adalah bukti fisik/*tangibles*, keandalan/*reability*, daya tanggap/*responsiveness*, empati/*empathy*, dan jaminan/*assurance*. Adapun persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Di mana:

Y : Kepuasan nasabah BMT  
Insan Kamil Solo  
X<sub>1</sub> : Bukti Fisik/*Tangibles*  
X<sub>2</sub> : Keandalan/*Reliability*  
X<sub>3</sub> : Daya Tanggap/*Responsiveness*  
X<sub>4</sub> : Jaminan/*Assurance*  
X<sub>5</sub> : Empati/*Emphaty*  
b<sub>0</sub> : Konstanta  
b<sub>1</sub> - b<sub>5</sub> : Koefisien regresi  
e : *error*

Hasil persamaan regresi berganda tersebut kemudian dianalisis dengan menggunakan beberapa uji yaitu: Untuk menentukan koefisien

$b_1, b_2, b_3, b_4$  dan  $b_5$  digunakan pengolahan dengan program komputer, dengan menggunakan metode SPSS.21.0 untuk melakukan pengujian terhadap data yang dikumpulkan. Hasil pengujian itu kemudian disimpulkan untuk keperluan generelasi pada populasi.

### 3) Uji F

Uji F-hitung yaitu untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel Terikat secara simultan. Menurut (Singgih, 2004: 12) uji F-statistik pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat.

$$F_{\text{hitung}} = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - k - 1)}$$

Keterangan:

$R^2$  = Koefisien determinasi

$k$  = Banyaknya variabel bebas

$n$  = Banyaknya sampel

Dengan kaidah pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Menentukan  $H_0$  dan  $H_a$  (hipotesis nihil dan hipotesis alternatif)
- Dengan melihat hasil *print out computer* melalui program SPSS *for Windows*, diketahui nilai F-hitung.
- Jika  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  pada tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha = 0,05$ ), maka terbukti bahwa kelima variabel bebas secara nyata (signifikan) tidak mempengaruhi kepuasan nasabah lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo. Dengan demikian hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak dan hipotesis mula-mula ( $H_0$ ) diterima.

- Jika  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$  pada tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha = 0,05$ ), maka terbukti bahwa kelima variabel bebas secara nyata (signifikan) mempengaruhi kepuasan nasabah lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo. Dengan demikian hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima dan hipotesis mula-mula ( $H_0$ ) ditolak.

### 4) Uji t

Uji t-hitung digunakan untuk menguji apakah pertanyaan hipotesis benar (Singgih, 2004: 13). Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel terikat. Adapun prosedurnya sebagai berikut:

Adapun tahapan uji t-hitung sebagai berikut:

$$t_{bi} = \frac{b_i}{Sb_i}$$

Di mana:

$t$  = diperoleh dari daftar tabel t

$b$  = parameter estimasi

$Sb$  = Standar error

Adapun prosedurnya sebagai berikut:

- Menentukan  $H_0$  dan  $H_a$  (hipotesis nihil dan hipotesis alternatif)
- Dengan melihat hasil *print out computer* melalui program SPSS *for windows*, diketahui nilai t-hitung.
- Jika signifikansi nilai t-hitung  $< 0,05$  maka ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan demikian Hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima dan Hipotesis nihil ( $H_0$ ) ditolak.
- Jika signifikan nilai t-hitung  $> 0,05$  maka tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel

bebas terhadap variabel terikat. Dengan demikian Hipotesis nihil ( $H_0$ ) diterima dan Hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak.

#### 5) Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Singgih (2004: 20) koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel yang terikat.

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan sejauh mana variasi dalam variabel dependen (kepuasan nasabah lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo) dapat diterangkan oleh variabel independen (dimensi kualitas pelayanan).  $R^2$  digunakan bila terdapat satu variabel independen selain konstan dalam persamaan regresi, jika terdapat lebih dari satu variabel independen maka digunakan *adjusted  $R^2$* . Dalam pemilihan model atau persamaan regresi, model dikatakan sebagai model yang terbaik jika nilai  $R^2$  atau *adjusted  $R^2$*  model tersebut lebih besar dari  $R^2$  atau *adjusted  $R^2$*  model yang lain.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Analisis Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

- 1) Validitas item pertanyaan untuk variabel bukti fisik/*tangibles* ( $X_1$ ). Variabel bukti fisik/*tangibles* terdiri dari 5 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik *one shot methods* yaitu dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dan didapatkan hasil pada tabel 1.
- 2) Validitas item pertanyaan untuk variabel keandalan/*reliability* ( $X_2$ ). Variabel keandalan/*reliability* terdiri dari 5 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik *one shot methods* yaitu dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dan didapatkan hasil pada tabel 2.
- 3) Validitas item pertanyaan untuk variabel daya tanggap/*responsiveness* ( $X_3$ ). Variabel daya tanggap/*responsiveness* terdiri dari 5 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik *one shot methods* yaitu dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dan didapatkan hasil pada tabel 3.

**Tabel 1: Uji Validitas untuk Variabel Bukti Fisik/*Tangibles***

Item Pertanyaan	$r_{item}$	$r_{tabel}$	Keterangan
P1	0,591	0,1998	Valid
P2	0,571	0,1998	Valid
P3	0,729	0,1998	Valid
P4	0,661	0,1998	Valid
P5	0,699	0,1998	Valid

Sumber: Data primer yang diolah

**Tabel 2: Uji Validitas untuk Variabel Keandalan/*Reliability***

Item Pertanyaan	$r_{item}$	$r_{tabel}$	Keterangan
P1	0,726	0,1998	Valid
P2	0,703	0,1998	Valid
P3	0,750	0,1998	Valid
P4	0,732	0,1998	Valid
P5	0,715	0,1998	Valid

Sumber: Data primer yang diolah



**Tabel 3: Uji Validitas untuk Variabel Daya Tanggap/Responsiveness**

Item Pertanyaan	$r_{item}$	$r_{tabel}$	Keterangan
P1	0,694	0,1998	Valid
P2	0,775	0,1998	Valid
P3	0,819	0,1998	Valid
P4	0,775	0,1998	Valid
P5	0,802	0,1998	Valid

Sumber: Data primer yang diolah

**Tabel 4: Uji Validitas untuk Variabel Jaminan/Assurance**

Item Pertanyaan	$r_{item}$	$r_{tabel}$	Keterangan
P1	0,709	0,1998	Valid
P2	0,745	0,1998	Valid
P3	0,699	0,1998	Valid
P4	0,758	0,1998	Valid
P5	0,803	0,1998	Valid

Sumber: Data primer yang diolah

**Tabel 5: Uji Validitas untuk Variabel Empati/Emphaty**

Item Pertanyaan	$r_{item}$	$r_{tabel}$	Keterangan
P1	0,585	0,1998	Valid
P2	0,711	0,1998	Valid
P3	0,728	0,1998	Valid
P4	0,818	0,1998	Valid
P5	0,738	0,1998	Valid

Sumber: Data primer yang diolah

**Tabel 6: Uji Validitas untuk Variabel Kepuasan Nasabah**

Item Pertanyaan	$r_{item}$	$r_{tabel}$	Keterangan
P1	0,849	0,1998	Valid
P2	0,900	0,1998	Valid
P3	0,806	0,1998	Valid
P4	0,798	0,1998	Valid
P5	0,774	0,1998	Valid

Sumber: Data primer yang diolah.

- 4) Validitas item pertanyaan untuk variabel jaminan/*assurance* ( $X_4$ ). Variabel jaminan/*assurance* terdiri dari 5 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik *one shot methods* yaitu dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dan didapatkan hasil pada tabel 4.
- 5) Validitas item pertanyaan untuk variabel empati/*emphaty* ( $X_5$ ). Variabel empati/*emphaty* terdiri dari 5 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik *one shot methods* yaitu dengan membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  dan didapatkan hasil pada tabel 5.

- 6) Validitas item pertanyaan untuk variabel Kepuasan Nasabah (Y). Variabel kepuasan nasabah terdiri dari 5 item pertanyaan. Pengujian validitas menggunakan teknik *one shot methods* yaitu dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  dan didapatkan hasil pada tabel 6.

#### b. Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui reliabilitas angket digunakan rumus Alpha Cronbach. Adapun hasil uji reliabilitas untuk semua variabel dalam penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 7.

### 2. Hasil Analisis Data

#### a. Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil analisis data menggunakan SPSS versi 21.0 untuk uji asumsi klasik, yaitu uji normalitas, autokorelasi, multi-

kolinearitas, dan heteroskedastisitas, menunjukkan semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini telah lolos dari uji asumsi klasik.

#### b. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan bantuan program SPSS ver.21.0 dapat disajikan hasil analisis regresi linear berganda pada Tabel 8 berikut ini.

### 3. Pembahasan

Dari hasil analisis data yang telah lolos dari uji asumsi klasik, maka dapat dilakukan pembahasan untuk masing-masing hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya sebagai berikut:

Berdasarkan koefisien regresi, variabel yang mempunyai pengaruh lebih dominan terhadap kepuasan nasabah lembaga keu-

**Tabel 7: Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
Bukti Fisik/ <i>Tangibles</i>	0,658	<i>Alpha Cronbach</i> > 0,60 maka reliabel	Reliabel
Kendalan/ <i>Reliability</i>	0,772		Reliabel
Daya Tanggap/ <i>Responsiveness</i>	0,829		Reliabel
Jaminan/ <i>Assurance</i>	0,806		Reliabel
Empati/ <i>Emphaty</i>	0,766		Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,884		Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah.

**Tabel 8: Rangkuman Hasil Regresi Linear Berganda**

Variabel	Koef. Regresi	Std. Error	$t_{hitung}$	Sig.
Konstanta	3,844		3,191	0,000
Bukti Fisik/ <i>Tangibles</i> ( $X_1$ )	0,206	0,324	4,784	0,000
Kendalan/ <i>Reliability</i> ( $X_2$ )	0,182	0,140	2,904	0,005
Daya Tanggap/ <i>Responsiveness</i> ( $X_3$ )	0,078	0,294	4,136	0,000
Jaminan/ <i>Assurance</i> ( $X_4$ )	0,201	0,186	3,472	0,001
Empati/ <i>Emphaty</i> ( $X_5$ )	0,095	0,210	2,709	0,008
R	0,927			
R-Square	0,860			
Adj. R- Square	0,851			
F-Hitung	74,960			
Probabilitas F	0,000			

Sumber: data primer yang diolah

angan BMT Insan Kamil Solo adalah bukti fisik/*tangibles*, sedangkan koefisien regresi yang paling kecil terhadap kepuasan nasabah lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo adalah Daya Tanggap/*Responsiveness*.

Dalam hal signifikasi, dilihat dari uji t, bahwa bukti fisik/*tangibles* ( $X_1$ ), keandalan/*reliability* ( $X_2$ ), daya tanggap/*responsiveness* ( $X_3$ ), jaminan/*assurance* ( $X_4$ ), dan empati/*emphaty* ( $X_5$ ) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo (Y), Hal ini dapat dilihat dari:

- a. Variabel bukti fisik/ *tangibles*, karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $4,784 > 1,986$  dengan nilai signifikansi (*p-value*) sebesar  $0,000 < 0,05$ , berarti  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ , artinya terdapat pengaruh bukti fisik/*tangibles* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo.
- b. Variabel keandalan/*reliability*, karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $2,904 > 1,986$  dengan nilai signifikansi (*p-value*) sebesar  $0,000 < 0,05$ , berarti  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ , artinya terdapat pengaruh keandalan/*reliability* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo.
- c. Variabel daya tanggap/*responsiveness*, karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $4,136 > 1,986$  dengan nilai signifikansi (*p-value*) sebesar  $0,000 < 0,05$ , berarti  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ , artinya terdapat pengaruh daya tanggap/*responsiveness* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo.
- d. Variabel jaminan/*assurance*, karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $3,472 > 1,986$  dengan nilai signifikansi (*p-value*) sebesar  $0,000 < 0,05$ , berarti  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ , artinya terdapat pengaruh jaminan/*assurance* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah lembaga keuangan

BMT Insan Kamil Solo.

- e. Variabel empati/*emphaty* , karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $2,709 > 1,986$  dengan nilai signifikansi (*p-value*) sebesar  $0,000 < 0,05$ , berarti  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ , artinya terdapat pengaruh empati/*emphaty* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo. Dengan demikian hipotesis pertama sampai kelima yang diajukan terbukti

Selanjutnya dilihat dari uji F, terbukti bahwa bukti fisik/*tangibles* ( $X_1$ ), keandalan/*reliability* ( $X_2$ ), daya tanggap/*responsiveness* ( $X_3$ ), jaminan/*assurance* ( $X_4$ ), dan empati/*emphaty* ( $X_5$ ) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Lembaga Keuangan BMT Insan Kamil Solo (Y), Hal ini dilihat dari:

Besarnya F-hitung sebesar  $74,96 > 2,26$  dengan nilai signifikansi (*p-value*) sebesar  $0,000$  lebih kecil dari  $0,05$ ,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, terdapat pengaruh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan terhadap kepuasan nasabah di lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo secara simultan. Dengan demikian hipotesis keenam yang diajukan terbukti

Dilihat dari besarnya koefisien determinasi (*adjusted R square*) yang memiliki nilai positif sebesar  $0,851$ , menunjukkan bahwa kepuasan konsumen nasabah lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo dijelaskan oleh variabel bukti fisik/*tangibles*, keandalan/*reliability*, daya tanggap/*responsiveness*, jaminan/*assurance*, dan empati/*emphaty* sebesar  $85,1\%$  dan sisanya sebesar  $14,9\%$  menggambarkan adanya variasi bebas lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

## KESIMPULAN

Terdapat pengaruh positif dan signifikan bukti fisik/*tangibles*, keandalan/*reliability*, daya tanggap/*responsiveness*, jaminan/*assurance* empati/*emphaty* secara parsial dan simultan terhadap kepuasan nasabah lembaga keuangan BMT Insan Kamil Solo.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Rasyad, Harun, 2005. *Teknik Penarikan sampel dan penyusunan skala*, Program pasca sarjana, Unpad Bandung
- Arikunto Suharsini, 2007, *Prosedur Penelitian*, BPFE: Yogyakarta.
- Choon Ling Kwek, Teck Chai Lau, Hoi Piew Tan. *Education Quality Process Model and Its Influence on Students' Perceived Service Quality International Journal of Business and Management. Toronto: Aug 2010. Vol. 5, Iss. 8; pg. 154, 12 pgs.*
- Engel, Black Well, Minard. 2004. *Perilaku konsumen*. jilid I Edisi keenam, Bina Rupa Aksara, Jakarta
- Enrique Bigne, Miguel A Moliner, Javier Sanchez. *Perceived quality and satisfaction in multiservice organisations: The case of Spanish public services, The Journal of Services Marketing. Santa Barbara: 2003. Vol. 17, Iss. 4/5; pg. 420, 23 pgs.*
- Kotler Philips, 2000. *Manajemen Pemasaran . Jilid 2*. Bumi Aksara. Jakarta. Lamb, Charles. W. et.al. 2001. *Pemasaran*. Buku I Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Lyhe, John F, 2006, *Cara Jitu memuaskan pelanggan*, Abdi tandur. Jakarta
- Rambat Lupiyoadi, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Rangkuti, Fredy. 2002. *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis Kasus PLN-JP*. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sik Sumaedi, I Gede Mahatma Yuda Bakit, Nur Metasari. *The Effect of Students' Perceived Service Quality and Perceived Price on Student Satisfaction Management Science and Engineering. Montreal: Mar 20, 2011. Vol. 5, Iss. 1; pg. 88, 10 pgs The Effect of Students' Perceived Service Quality and*
- Singgih Santoso. 2004. *SPSS Statistik Parametrik*. Elek Media Komputindo. Jakarta.
- Sofyan, 2009. *Manajemen Pemasaran. Dasar-dasar, Konsep dan Strategi*. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sugiyono, 2005, *Metode Penelitian kuantitatif kualitatif dan R &D*, AlfaBeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy, 2000. *Manajemen Jasa, Edisi Kedua, Andy Offset*. Jakarta
- Umar, Husein, 2000. *Riset Pamasaran, dan perilaku konsumen*, Gramedia pustaka utama. Jakarta.